



LES BASES DE LA COMUNICACIÓ ASSOCIATIVA

Pack pedagògic

“ Ara que hem aconseguit que a l’entitat s’entengui que és fonamental treballar la comunicació, per on comencem: per la web, el pla de comunicació, les xarxes socials...? ”

Potser val la pena que abans d’això treballem els elements fonamentals de la comunicació de l’entitat. Després serà tot més fàcil. Si continueu llegint, amb aquest pack ho farem juntes. ”

Els packs pedagògics del Viver de Comunicació estan pensats perquè pogueu fer una sessió de treball a la vostra associació per a amassar amb l’equip tot allò que hem abordat a les sessions de formació. L’objectiu és que treballem de forma col·lectiva les qüestions estratègiques a la nostra entitat

Coordinació:

Ajuntament de Barcelona
Direcció Servei d'Acció Comunitària
Àrea de Cultura, Educació, Ciència i Comunitat
<https://ajuntament.barcelona.cat/acciocomunitaria>

Continguts:

Quepo. SCCL – Oriol Josa

Edició:

Quepo. SCCL – Clara Giberga

Disseny i maquetació:

Quepo. SCCL – Bet Caralps / Chus Portela

Desembre de 2019



Aquesta obra està subjecta a una llicència Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada 4.0 Internacional de Creative Commons. Se'n permet la reproducció, distribució i comunicació pública sempre que se'n citi el titular dels drets (Ajuntament de Barcelona, Direcció Servei d'Acció Comunitària, Àrea de Drets de Ciutadania, Participació i Transparència) i no se'n faci un ús comercial o una obra derivada, per als quals caldrà demanar permís. La llicència completa pot consultar-se a <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.ca>





Associa't - Viver de comunicació:

El Viver de Comunicació de l'Associa't és un projecte coproduït entre el Servei d'Acció Comunitària de l'Ajuntament de Barcelona, i Quepo, amb la col·laboració d'altres associacions de la ciutat. Impulsem el Viver de Comunicació amb la voluntat d'enfortir el treball comunitari i el teixit associatiu de Barcelona des de la comunicació.

Notes metodològiques:

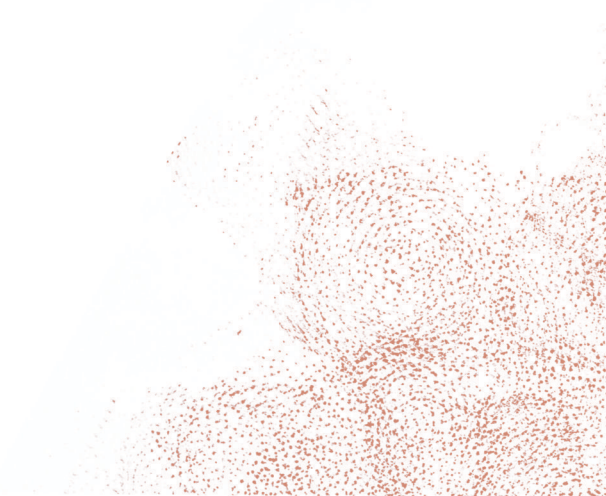
- 1.** Hem elaborat aquest pack pedagògic a partir de les diapositives de la sessió presencial de Les Bases de la Comunicació.
Ho hem fet així perquè hem cregut que us pot ser útil veure les diapos per recordar la sessió que vam fer, i així, tenint-ho més fresc, us pot ser més fàcil treballar la sessió amb l'equip de la vostra entitat.
- 2.** El taller presencial té una durada de 3 hores. Compteu amb aquest temps mínim per a fer la sessió de treball interna amb el pack.
En acabar, al final us proposem un exercici que us serà molt útil, i que en una altra sessió us podria demanar 1'5 hores més.

Aviam què tal!



Les bases de la comunicació associativa

Quins elements previs cal que definim a l'entitat, col·lectiu o projecte comunitari per poder construir una estratègia o un pla de comunicació?



Sovint quan ens plantegem la necessitat d'aprendre en temes de comunicació, pensem que el que ens cal és aprendre a fer un pla de comunicació. Però en el fons, el pas previ a definir un pla de comunicació és aclarir a nivell intern una sèrie de qüestions que, un cop clares, serà molt més fàcil i proper pensar i construir el nostre pla de comunicació.

Veiem-ho!

RESUM

- » **Descripció:** Qui som, què fem, per què.
- » **La nostra identitat**
 - **Visió:** quin món volem
 - **Missió:** per què hem nascut? quina és la nostra finalitat?
 - **Valors:** quins són els pilars que sostenen la nostra acció
- » **L'acció**
 - **Enfocament de transformació:** quin és el canvi que portem al món
 - **Línies de treball:** i de fet, què fem?
- » **Qui i amb qui?**
 - **El múscul comunicatiu:** quines capacitats tenim de comunicar?
 - **Un mapa d'actors/comunitats:** amb qui comuniquem

Els elements que trobeu en aquest índex són els que podem treballar a l'associació per a tenir les bases de la nostra comunicació llestes, i que el pla de comunicació acabi sortint d'una forma més natural.

En primer lloc, hem de poder fer una descripció genèrica de qui som, què fem, per què.

Després caldrà que aclarim allò que constitueix la nostra **identitat**, el nostre ADN, les nostres conviccions profundes. Evidentment caldrà que sapiguem explicar la nostra **acció**: què fem, i quins canvis creiem que aportem amb aquestes accions.

Finalment, és important que sapiguem **amb qui comptem** per comunicar, i **amb qui volem** comunicar!

Així doncs, comencem pel principi: La descripció.

LA DESCRIPCIÓ DE L'ENTITAT



Comencem pel principi,

Què creieu que ha d'incloure la descripció de la vostra entitat? Com ha de ser? I com no?

Si esteu en grup, comenteu; si ho estàs fent sol/a, escriu unes notes abans de passar a la següent pàgina.

(És que a la següent pàgina donem una resposta/proposta, i val la pena que ho hagi pensat abans, i puguem contrastar visions.)

Escriu aquí les teves notes

La descripció de l'entitat

La descripció de l'entitat és un dels elements de comunicació més fonamentals. Respon al "Aviam qui són, aquests?"

Expliquem breument l'entitat: qui som, què fem, per què

SI!	NOOO...
Curta, d'un paràgraf	No una descripció tècnica
Ha de tenir força, motivar	No sobredimensionar, ni infravalorar-vos.
Ha de reflectir l'esperit de l'entitat, explicar la seva metodologia, manera de fer...	
Honesta	

Sembla obvi, però hem de saber explicar qui som d'una forma senzilla, interessant i atractiva. Si és un text, hem de poder explicar en un paràgraf curt qui som, què fem, per què, per tal que algú que vulgui saber qui som pugui entendre-ho de forma ràpida.

Aquest text serà la base per al "Qui som" de la nostra web, per a la "bio" a xarxes socials, etc. I ha de transmetre de forma sincera el vostre esperit, la vostra manera de fer i ser en el món; fer-ho sense exagerar, però també fer-ho sense un excés d'humilitat que us fagi menys del que veritablement sou.

La descripció de l'entitat

Exemples | Quepo:

Som Quepo. Som activistes de la comunicació. Creem estratègies de transformació. Connectem audiovisual, participació i noves narratives. Treballem els projectes en 360°, des de la fase de creació, producció i difusió amb enfocaments sensibilitzadors i emancipadors. Entenem la comunicació com una eina d'impacte social però també com un procés comunitari. Volem desfer-nos de la idea que la comunicació és un instrument per vendre, i reapropriar-nos del sentit col·lectiu de la comunicació com espai del procomú. Formem part, com a organització sense afany de lucre, del teixit de l'economia social i solidària de Barcelona.

Tot comunica.

<http://www.quepo.org/nosaltres/>

Què us sembla aquesta descripció?
Segueix els principis que us hem proposat?
Quins punts positius li veieu?
Algún punt negatiu?

Escriu aquí les teves notes

Explicuem breument l'entitat:
qui som, què fem, per què

SI!	NOOO...
<ul style="list-style-type: none">-Curta, d'un paràgraf.-Ha de tenir força, motivar-Ha de reflectir l'esperit de l'entitat, explicar la seva metodologia, manera de fer...-Honesta	<ul style="list-style-type: none">-No una descripció tècnica.-No sobredimensionar, ni infravalorar-vos.

La descripció de l'entitat

Exemples | CAB:

Som una federació d'associacions constituïda formalment el juliol del 2007 i registrada al Registre d'Associacions de la Generalitat de Catalunya secció segona nº 595.

Ens regim per uns estatuts en el marc de la LLEI 4/2008, de 24 d'abril, del llibre tercer del Codi civil de Catalunya, relatiu a les persones jurídiques. Uns anys abans vam començar a teixir una xarxa d'associacions fruit dels acords del 1r. Congrés de les Associacions celebrat al 2001 amb l'objectiu de vertebrar un espai de coordinació associativa a nivell de ciutat.

<http://www.cab.cat/que-es-el-cab.html>

En aquest segon exemple, trobem una descripció en 2 parts. Què us sembla cada una? Segueix els principis que us hem proposat? Potser alguns dels detalls de la primera no són necessaris?

Quins punts positius li veieu?

Escriu aquí les teves notes

Explicuem breument l'entitat:
qui som, què fem, per què

SI!	NOOO...
<ul style="list-style-type: none">-Curta, d'un paràgraf.-Ha de tenir força, motivar-Ha de reflectir l'esperit de l'entitat, explicar la seva metodologia, manera de fer...-Honest	<ul style="list-style-type: none">-No una descripció tècnica.-No sobredimensionar, ni infravalorar-vos.

La descripció de l'entitat

Treball pràctic sobre la descripció de l'entitat:

1. Trobeu al web la descripció de la vostra entitat.
2. Reviseu-la.
3. Si és necessari, re-escriviu-la.

*Ràpid, ho heu de fer en **5** minuts.*

Doncs ara és el teu o el vostre torn. Endavant!

Explicuem breument l'entitat:
qui som, què fem, i per què.

SI!	NOOO...
<ul style="list-style-type: none">-Curta, d'un paràgraf.-Ha de tenir força, motivar-Ha de reflectir l'esperit de l'entitat, explicar la seva metodologia, manera de fer...-Honest	<ul style="list-style-type: none">-No una descripció tècnica.-No sobredimensionar, ni infravalorar-vos.

Recomanem que imprimiu la plantilla que us donem en annex, i aneu posant cada definició/text al requadre corresponent.

I ara què fem amb...

LA DESCRIPCIÓ DE L'ENTITAT?

- > Ensenya-la a les companyes. Hi estan d'acord?
- > Penja-la a la web?
- > Utilitza-la de base per a: fulletons, bios de les xarxes socials,...

***Ja hem treballat en la descripció?
Doncs ara ens toca anar a fons en la nostra identitat***

Missió, visió i valors

Qui som??? *Primer ho hem de saber!*

Construir, redefinir o ratificar la missió, visió i valors són exercicis fonamentals de comunicació i construcció interna.

Comprovat! *Les entitats que disposen d'una declaració explícita i compartida de la seva missió, visió i valors orienten millor les seves accions comunicatives i **afronten amb més capacitats els seus imprevistos. Per què? Perquè les persones que formen i envolten l'organització saben qui són, qui volen ser en un futur i els valors que tenen per poder aconseguir-ho.***

Constitueix el nostre ADN social.

Si ja hem fet una descripció de la nostra entitat, ara podem anar amb tot allò que configura la nostra identitat.

*Abans de començar a "explicar" qui som, **hem de saber-ho.** De nou sembla una obvietat; però sovint no ho és: algunes persones de l'equip – o de la junta, de l'assemblea, voluntàries,...- no tenen del tot clars els objectius de l'entitat, els seus valors, per què existeixen. I això passa sovint quan no hi ha costum de revisar regularment aquests elements de la identitat de l'associació, de tornar-los a parlar, a discutir, a acordar; perquè si no ho fem, es converteixen en un fòssil de museu, i no en la nostra sang, en allò que veritablement ens mou com a entitat i ens ajunta com a grup humà. Recuperar-les i re-debatre-les serà un exercici de comunicació interna excel·lent i revitalitzarà l'entitat.*

Missió, *visió i valors*

QUÈ ÉS LA MISSIÓ?



Anem pel primer element de la clàssica tríada missió, visió, valors.

Per a algunes pot sonar a “viejuno” parlar d’aquestes tres; si a l’organització teniu algun altre model que defineix la base de la vostra identitat social, allò que us manté unides, us defineix i us fa avançar, benvingudes! Torneu a reflexionar sobre el vostre model, doneu-li vida de nou, en els vostres termes.

Per a les que no, el model missió, visió, valors té la virtut d’expressar en tres línies molt senzilles les conviccions profundes de l’entitat i les persones que l’integren. Sobretot, han de ser conceptes útils per a vosaltres, per a guiar-vos després d’arribar-hi per un acord col·lectiu.

Aleshores: **què és la missió???**

Respon en veu alta o per escrit abans de passar pàgina, i llavors contrastem.



Missió, visió i valors

Què és la missió? La missió respon a les preguntes:

Per què existim com a organització? Amb quina finalitat existim?

Explica per què ens apleguem dins d'una organització i actuem socialment.

Qualsevol persona en llegir la missió pot decidir si s'identifica i val la pena comprometre's amb aquesta finalitat.

Com veieu aquí dalt, la missió explica què hem vingut a fer en aquest món :)

Les persones potser neixem sense per què, però les organitzacions no: hi ha una raó de fons que fa que molta gent treballi junta i fundi una organització.

Què faltaria al món si vosaltres no hi fossiu?
La missió ho explica.

*Missió, **visió** i valors*

QUÈ ÉS LA VISIÓ?



I la visió?

Aviam, tracta de respondre què és la visió en veu de baríton o contralto

*Missió, **visió** i valors*

Què és la visió?

La visió és el nostre horitzó. Defineix el món com el voldríem, i el lloc que la nostra entitat hi ocuparia.

Parteix d'una anàlisi del món, i d'una definició de l'ideal segons la nostra organització. La realització de la nostra missió hauria de contribuir decisivament a realitzar la visió en el llarg termini.

La persona que abans s'ha identificat amb la nostra missió ara sabrà on volem arribar aconseguint-la.

Així és com nosaltres entenem la visió.

Si vosaltres l'enteneu diferent, el més important és que n'acordeu el concepte amb les persones de la vostra associació, no amb nosaltres; serà la vostra idea de visió.

Però creiem que aquest concepte de visió és útil perquè representa el món que tractes de construir. Aquell món en què si desfèssim tots els nusos, les injustícies i els conflictes que estem tractant de resoldre, ens quedaria a les mans i compartiríem amb els altres.

Així, quina és la vostra visió? Poseu-vos d'acord.

*Missió, visió i **valors***

QUÈ SÓN ELS VALORS?



Pues eso: què penseu que són els valors de la organització?

Espera, que endollo el sonotone.

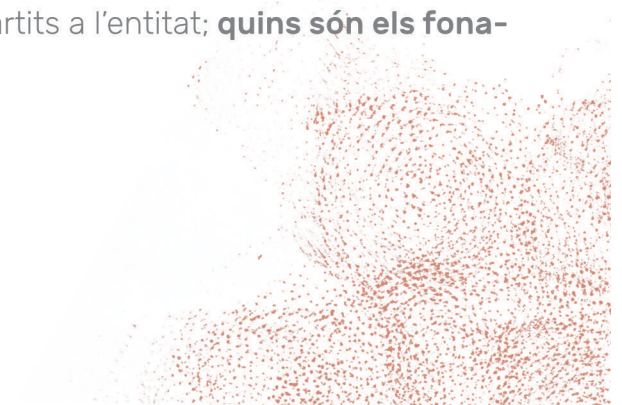


*Missió, visió i **valors***

Què són els valors?

Els valors són els pilars sobre els que construïm la nostra acció. Regeixen i defineixen la nostra forma d'actuar, ens orienten sobre les metodologies d'intervenció, ...

De valors n'hi ha molts; però quins són els compartits a l'entitat; **quins són els fonamentals per a la nostra associació?**



Alguna cosa a afegir?

Ara posem exemples!

Missió, visió i **valors**

Exemples | CAB:

La nostra missió: Treballar per el desenvolupament de l'associacionisme i dels seus valors a Barcelona tot construint un espai de participació, vertebració (territorial/sectorial) i d'interlocució d'organitzacions interessades en l'associacionisme.

<http://www.cab.cat/que-es-el-cab.html>

La nostra visió: esdevenir la plataforma associativa de Barcelona per la seva representativitat, legitimitat, capacitat d'interlocució i d'organització del sector associatiu. Desenvoluparà els seus rols al servei de les seves entitats membres. Impulsarà la millora de la qualitat del sector associatiu adequant els serveis del CAB a les seves necessitats i als objectius de consolidació i creixement assolint una major participació de les entitats federades en els projectes que desenvolupi. Es convertirà en el referent en la defensa de l'associacionisme i dels seus valors gràcies al lideratge en l'assoliment de les propostes que van sorgir al 2n Congrés d'Associacions de Barcelona.

Els nostres valors compartits: Compromesos amb els Drets Humans i identificats amb els principis de llibertat, d'igualtat, cohesió social i democràcia fonamentem la nostra actuació en els següents valors que són els principis rectors que s'apliquen en l'acció diària de l'organització.

<http://www.cab.cat/que-es-el-cab.html>

- **Proximitat i confiança**, imprescindible per teixir xarxa i complicitat dins la diversitat del sector.
- **Compromís amb la transformació social i la democràcia.**
- **Transparència**, com a valor intrínsec a transmetre del model associatiu vers els grups d'interès: ciutadania/persones associades, administracions públiques, finançadors, mitjans de comunicació, etc.
- **Independència** per actuar i construir un discurs i un posicionament en les polítiques públiques sobre associacionisme.
- **Justícia** entesa com el conjunt de drets de la ciutadania que cal protegir, especialment en el que afecta al CAB els de participació ciutadana i associacionisme.
- **Sostenibilitat** en la gestió eficient dels recursos.

Exemples | LaFede

Missió

Lafede.cat – organitzacions per a la justícia global és una xarxa que promou l'acció col·lectiva de les entitats afiliades. Lafede.cat treballa activament per aconseguir la justícia social i l'eradicació de les desigualtats a tot arreu, a d'altres llocs del món i a casa nostra, mitjançant la cooperació al desenvolupament, la defensa i promoció dels drets humans i el foment de la pau.

Visió

La nostra visió és la d'un món on es garanteixin a totes les persones els seus **drets socials, polítics, civils, econòmics i culturals**, en el qual l'equitat i la igualtat d'oportunitats estiguin assegurades. Un món on prevalgui una **cultura de pau**, on les relacions estiguin fonamentades en l'**ètica de la cura**, en el principi de **no discriminació** i en la **solidaritat i la cooperació** per superar les relacions de domini.

Lafede.cat vol contribuir com un referent en aquests àmbits, considerant sempre la seva dimensió internacional, la interconnexió de les causes de les problemàtiques mundials, i el caràcter global de les solucions. És per això que prioritzarà el treball en/amb **xarxes, aliances i moviments socials**.

Lafede.cat és una organització independent, que treballa per fomentar una cultura democràtica participativa, amb suport social, i amb un **Codi ètic i de conducta** compartit.

Valors

Lafede.cat fonamenta la seva acció en uns valors comuns i compartits que expressa i promou a través del seu **Codi ètic i de conducta** -i que es compromet a treballar a nivell intern i a difondre a nivell extern-, i que són els següents:

- **Participació i cultura democràtica:** disposem de mecanismes transparents i participatius per constituir els nostres òrgans de govern, des d'una perspectiva de gènere i de representativitat intergeneracional, seguint pautes de governança democràtica en els sistemes de presa de decisions, les activitats i les relacions amb tercers.
- **Transparència:** estem oberts a l'escrutini de l'opinió pública sobre les nostres polítiques, pràctiques i pressupostos.
- **Compromís:** amb tota la població, tant de la nostra societat com d'altres, però amb una priorització o discriminació positiva envers determinats grups o persones especialment vulnerables o desfavorides.
- **Coherència:** entre la nostra identitat, els nostres objectius i els instruments que fem servir.
- **Transformació social:** tenim la voluntat de ser agents per a la transformació de la societat en la línia de l'establert a la nostra missió.

*Missió, visió i **valors***

Treball pràctic sobre la missió i visió i valors:

1. Estan definides, estan penjades al web? **Trobeu-les al vostre web.**
2. **Reviseu-les**, estan actualitzades? Són clares?
3. Si és necessari, **re-escriviu-les.**

Vinga va! ara teniu **10 minuts.**

Recordeu que teniu la fitxa de l'Annex 1 per a anar enganxant els resultats del vostre treball.

I ara què fem amb...

MISSIÓ, VISIÓ I VALORS

Segur que els heu treballat a l'entitat?? Això és el més important!

- > Si has millorat el text, consulta-ho amb l'equip, acordeu la nova versió.
 - > Corregiu-lo al web

Enfocament de transformació

Entenem que **en l'ADN de l'àmbit associatiu hi ha la transformació social**. D'una manera o d'una altra, les nostres associacions treballen per generar canvis en la societat. Siguin més estratègics o simplement col·laterals connectats a la nostra activitat associativa. **Tenir clar quin es el canvi o la transformació que genera la nostra associació a la societat que l'envolta és clau per la comunicació.**

Sense més preàmbuls, us convidem a que escriviu: què voleu aconseguir en termes de canvi social o de transformació de la realitat? Està explicat a la vostra web? I està prou bé???

Fem-ho en 5 minuts.

Escriu aquí com transformeu a la vostra associació

Línies d'actuació o projectes

L'altra cosa fonamental que tothom entorn a l'organització li cal saber és què feu. És imprescindible tenir una bona explicació de què feu. Ho tingueu sistematitzat en línies d'actuació (recomanable en termes estratègics) o senzillament explicant els vostres projectes.

Per a cada un, **haurieu de poder explicar:**

Què fem? Per què ho fem? Què volem aconseguir?

Podrieu revisar com expliqueu al web els projectes de la vostra associació? Podrieu assegurar-vos que responen a aquestes tres preguntes: **Què fem? Per què ho fem? Que volem aconseguir?**

Fem-ho en 5-10 minuts

Feu-vos uns apunts sobre quines coses millorar a les descripcions; i tracteu de descriure'n un o dos.

I ara què fem amb...

ACCIÓ-PROJECTES?

> Us ha costat explicar el Què? Per què? Què volem aconseguir? Si és que sí, val la pena fer treball (parlar, aclarir, acordar) a nivell d'equip: els projectes són el motor del que fem, és important que no els fem amb inèrcia o sense saber!

> Si heu millorat el text, pengeu-lo al web!

Hem treballat en la nostra descripció, en la nostra identitat i la nostra acció. Però si volem comunicar, hem de pensar i treballar també en QUI comunica.

Múscul comunicatiu

Cada cop que **pensem una eina de comunicació**, un canal o una campanya hem de **tenir clar quin és el múscul comunicatiu** de la nostra entitat... Llavors:

- **Quin model de comunicació** pensem per la nostra entitat?
- Pensem en un **model centralitzat** o un **model distribuït**?
- **Quantes som** per fer la comunicació pràctica a l'entitat?
- **A qui podem enredar?**
- **Tenim bones comunicadores?**

Si comencem pel principi, ens cal començar per pensar: qui comunica a la nostra associació?? Només la responsable de comunicació?; I la coordinadora, quan parla amb els equips???, i el responsable d'un projecte, quan parla amb els xavals de la comunitat?

Ara farem un exercici per identificar les persones clau que comuniquen a la nostra associació: qui són, què diuen, sobre què comuniquen, què necessiten??

Així, agafeu el següent full, comenceu per dibuixar i continueu responent les preguntes que us fan.

Dibuixa aquí una de les persones que comuniquen a la teva associació:

Com es diu?	
-------------	--

Quin rol té?	
--------------	--

Amb qui comunica?	
-------------------	--

Quin tipus de coses comunica?	
-------------------------------	--

Necessita algun reforç? Quin?	
-------------------------------	--

El múscl comunicatiu de l'associació

Dibuixa aquí una de les persones que comuniquen a la teva associació:

Com es diu?	
-------------	--

Quin rol té?	
--------------	--

Amb qui comunica?	
-------------------	--

Quin tipus de coses comunica?	
-------------------------------	--

Necessita algun reforç? Quin?	
-------------------------------	--

Dibuixa aquí una de les persones que comuniquen a la teva associació:

Com es diu?	
-------------	--

Quin rol té?	
--------------	--

Amb qui comunica?	
-------------------	--

Quin tipus de coses comunica?	
-------------------------------	--

Necessita algun reforç? Quin?	
-------------------------------	--

Dibuixa aquí una de les persones que comuniquen a la teva associació:

Com es diu?	
-------------	--

Quin rol té?	
--------------	--

Amb qui comunica?	
-------------------	--

Quin tipus de coses comunica?	
-------------------------------	--

Necessita algun reforç? Quin?	
-------------------------------	--

Una primera conclusió múscul comunicatiu

Aquest exercici normalment ens porta a identificar moltes més persones que tenen un rol en la comunicació de l'entitat, i aprofundir en les seves necessitats, a buscar-hi respostes.

Després, quan comencem a generar estratègies (de comunicació o no: també poden ser estratègies amb les nostres relacions/actors clau) podem comptar amb algunes d'aquestes persones per usar-hi la comunicació com a eina estratègica per a aconseguir allò que volem.

I ara què fem amb...

EL MÚSCUL COMUNICATIU?

> Penja't el document al suro!

> Envia un mail a totes aquestes persones: "Ei, que he vist que sou les que comuniqueu a l'entitat! He fet aquesta feina (adjunta). És útil? Voleu que juntes fem una sessió?"

> Pots preparar algun document o acció que abordi les necessitats que heu detectat per a cada una d'aquestes persones?

Amb qui comuniquem?

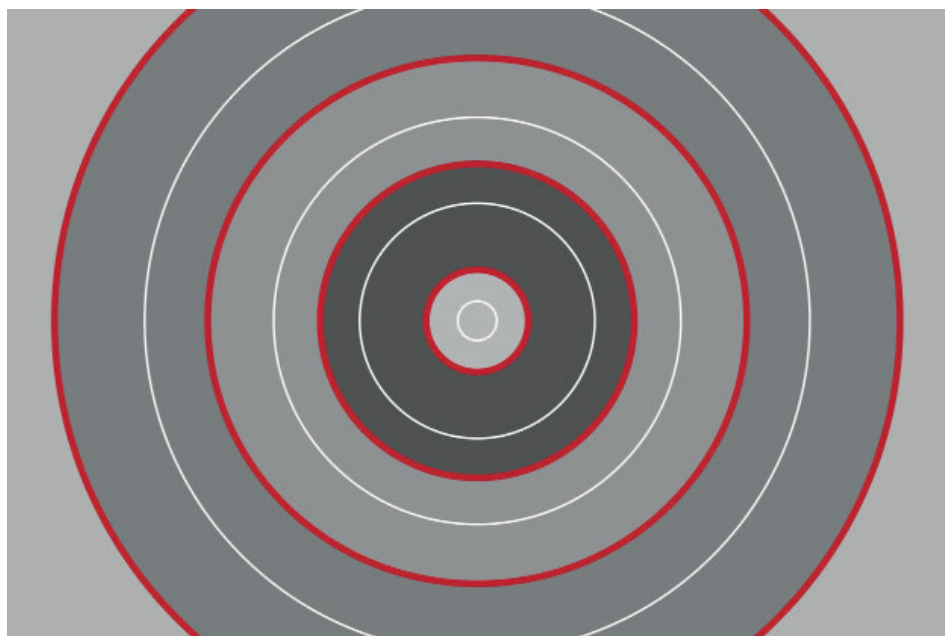
MAPA D'ACTORS/COMUNITATS

Un cop hem vist QUI són totes aquestes persones que comuniquen a la nostra associació, els seus rols, les seves necessitats, els seus potencials, podem començar a pensar en AMB QUI comuniquem.

Anem per passos!

1. El primer que us proposem és que feu una llista d'aquelles persones, grups, institucions, locals i internacionals, empreses, mitjans de comunicació, etc. etc. etc. que són importants per a la vostra entitat (i aquestes seran, en conseqüència, també les importants per a la vostra comunicació).

Apunteu-les en post-its, en els post-its més petits que tingueu, un actor per post-it.



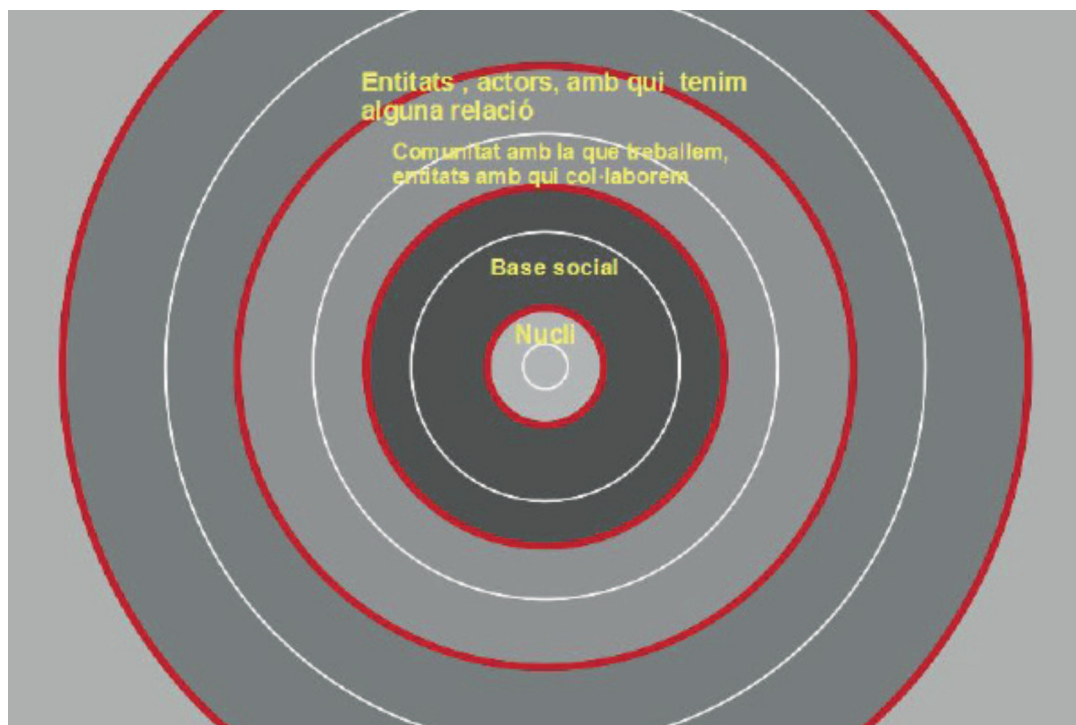
2. Ara us proposem que les col·loqueu en un mapa com aquest.

Trobareu en annex 2 el mapa per imprimir. Si podeu imprimir-lo en A3 o A2 millor. També podeu veure com la impressora imprimeix 1 imatge a tamany de 2 fulls o 4, i després ajunteu els fulls.

3.

Per què les heu col·locat així?
Quina és la lògica?
Apunteu, perquè segur que la lògica val la pena.
I ara us en proposem una altra.

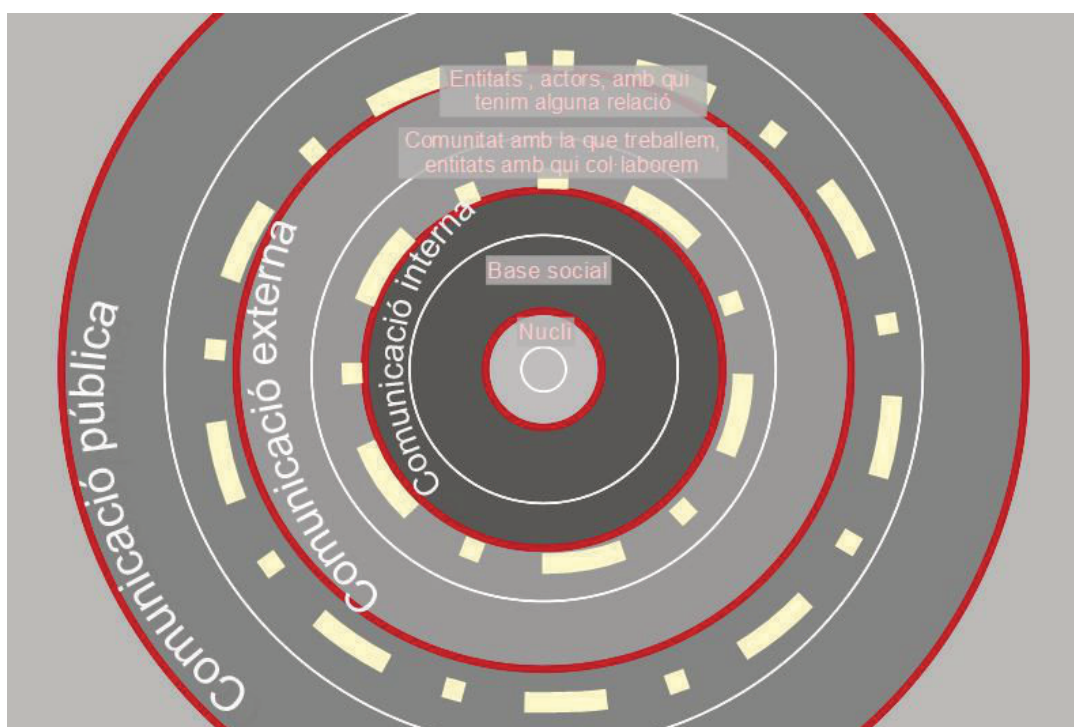
La nostra proposta, com veieu aquí a baix, és un mapa que distingeix les relacions de comunicació de les més internes a les més externes



Amb aquesta lògica, pensant en una comunicació adequada a aquests nivells de relació, nosaltres pensem en 3 (+1) grans tipus de comunicació:

- > La comunicació interna: Aquella que fem cap endins de l'entitat: els equips de treball, la junta, l'assemblea, els activistes...
- > La comunicació externa: La que tenim amb la nostra xarxa, les entitats, institucions, gent, mitjans amb qui ens coneixem i fem coses.
- > La comunicació pública: La comunicació que fem dirigida a persones, institucions "en general", a qui no coneixem...

Incorporem aquests tipus de comunicació al mapa



Ara podem re-col·locar al mapa els actors que hem definit com a més estratègics per nosaltres, en funció d'aquesta lògica. Quan els tenim col·locats, tenim al davant les nostres comunitats estratègiques amb qui comunicar.

Ara ja podem preguntar-nos: i **amb aquests actors estratègics, quina comunicació hi volem establir?**

La resposta ha de partir de la nostra anàlisi de la relació que tenim amb cada actor, de com volem desenvolupar aquesta relació, quina és l'estratègia a seguir. Per això us proposem que ara seleccioneu un actor de cada, i per parelles feu l'exercici següent:

ACCIONS ESTRATÈGIQUES DE COMUNICACIÓ

Per a cada un dels actors que hem seleccionat, anem a omplir una fitxa d'aquestes. Fem-ho ara en 5 minuts.

Actor / Comunitat	
Quina és la situació ara mateix? Diagnosi de partida	
Què hi volem aconseguir? Com creiem que hi podem desenvolupar la relació?	
Com ho podem aconseguir? (idea o estratègia general)	
Accions Quines accions de comunicació podem portar a terme per aconseguir-ho?	
Acció 1	
Per a què (objectiu)	
Qui ho farà / Qui hi pot ajudar	
Quan ho fem	
Quant pot costar	
Coses a tenir en compte/Preparar	
Acció 2	
Per a què (objectiu)	
Qui ho farà / Qui hi pot ajudar	
Quan ho fem	
Quant pot costar	
Coses a tenir en compte/Preparar	
Acció 3	
Per a què (objectiu)	
Qui ho farà / Qui hi pot ajudar	
Quan ho fem	
Quant pot costar	
Coses a tenir en compte/Preparar	

Això ens permet pensar les accions de comunicació en funció de les relacions estratègiques que volem tenir amb determinats actors. Per tant, pensarem una comunicació menys instrumental, i més relacional, més comunitària, per tant, i més estratègica.

DE L'EXERCICI A L'ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ

Ara nosaltres volem convidar-vos a que, per a una nova sessió de treball:

➤ Prioritzeu actors: Seleccionau, dels molts actors que pogueu haver posat inicialment al mapa, els actors que considereu més estratègics per a la vostra entitat; o aquells amb qui trobeu prioritari desenvolupar-hi les relacions en aquest període.

Per què seleccionar? Perquè tenim tantes i tantes relacions... que una de les claus de l'estratègia és poder prioritzar.

➤ Feu l'exercici de les fitxes per als actors que heu prioritzat de cada una de les esferes (interna, externa, pública).

➤ Compartiu-ho i acordeu-ho en equip.

➤ La bona nova (i és que hi ha una bona nova!) és que quan hagueu fet aquest exercici, el que tindreu a les vostres mans serà un pla de comunicació adaptat a la realitat de la vostra entitat i que us pot ajudar a portar endavant els vostres fins transformadors com a entitat.

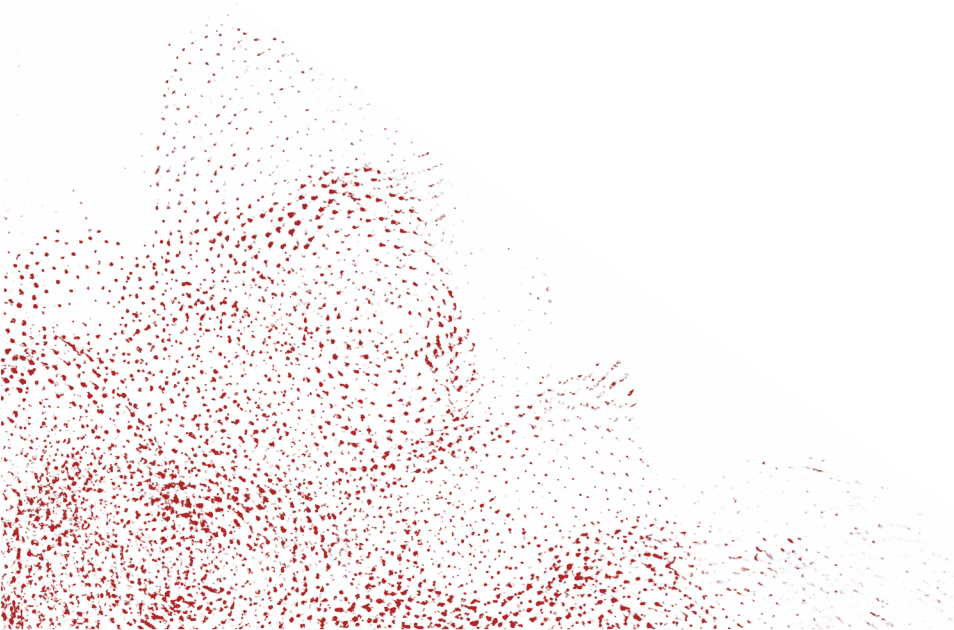
Pot ser que en una sessió de treball d'una hora i mitja, pogueu com a equip tenir un bon primer esbós del vostre pla de comunicació!



I, per ara, això és tot!

Aquest **Pack Pedagògic** forma part de
l'Associa't

Si vols seguir formant-te i empoderant-te en
comunicació associativa, pots contactar l'equip
de l'Associa't





ARA VENEN ELS ANNEXES...

Les bases de la comunicació associativa. Exercicis pràctics

Descripció de l'entitat

Respon al "Aviam qui són, aquests?"

Expliquem breument l'entitat: qui som, què fem, per què

Sí!: Curta, d'un paràgraf; Ha de tenir força, motivar; Ha de reflectir l'esperit de l'entitat, explicar la seva metodologia, manera de fer...; Honesta

Noooooooo: No una descripció tècnica No sobredimensionar, ni infravalorar-vos

Missió, visió, valors

La nostra identitat:

Visió: quin món volem

Missió: per què hem nascut? quina és la nostra finalitat?

Valors: quins són els pilars que sostenen la nostra acció

Transformació

Quin és el canvi que portem al món

Línies d'actuació i projectes

Ho tingueu sistematitzat en línies d'actuació (recomanable en termes estratègics) o senzillament explicant els vostres projectes.

Per a cada un, haureu de poder explicar:

Què fem? Per què ho fem? Què volem aconseguir?

Annex 2: El múscul comunicatiu (ideal doble cara, davant i darrere))

Dibuixa aquí una de les persones que comuniquen a la teva associació:

Com es diu?	
Quin rol té?	
Amb qui comunica?	
Quin tipus de coses comunica?	
Necessita algun reforç? Quin?	

El múscul comunicatiu de l'associació

Dibuixa aquí una de les persones que comuniquen a la teva associació:

Com es diu?	
Quin rol té?	
Amb qui comunica?	
Quin tipus de coses comunica?	
Necessita algun reforç? Quin?	

Dibuixa aquí una de les persones que comuniquen a la teva associació:

Com es diu?	
Quin rol té?	
Amb qui comunica?	
Quin tipus de coses comunica?	
Necessita algun reforç? Quin?	

Dibuixa aquí una de les persones que comuniquen a la teva associació:

Com es diu?	
Quin rol té?	
Amb qui comunica?	
Quin tipus de coses comunica?	
Necessita algun reforç? Quin?	

Annex 3: Base mapa d'actors (imprimiu-la almenys en A3)

